



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA CV. MITRA SOLUSI NUSANTARA JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

MOHAMMAD EFENDI

NIM. 2012-11-103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA CV. MITRA SOLUSI NUSANTARA JEPARA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2017

Mengetahui,
Ketua ProgDi



NOOR AZIS, SE, MM
NIDN. 0609107501

Pembimbing I



Drs. H. CHANAFI IBRAHIM, MM
NIDN. 0622085501

Mengetahui,
Dekan



Drs. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



IWAN SUROSO, SE, MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya, urusan yang lain hanya kepada tuhanlah hendaknya kamu berharap (**Qs. Alam Nasyrh : 6-8**).



PERSEMBAHAN :

Skripsi ini dikhususkan pada :

1. Orangtuaku
2. Teman-teman
3. Almamater UMK.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan berkah-Nya, sehingga skripsi dengan judul **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** PADA CV. MITRA SOLUSI NUSANTARA JEPARA dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat membimbing dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, telah memberikan ijin penelitian kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM, selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini
4. Bapak Drs. Iwan Suroso, SE, MM, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah menyumbangkan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis dan seluruh staff dan

karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa, sehingga tersusunnya skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus, 2017

Peneliti

Mohammad Effendi

NIM. 2012-11-103

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. MITRA SOLUSI NUSANTARA JEPARA

Oleh : Mohammad Efendi

NIM. 2012-11-103

Pembimbing I : Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM

II : Drs. Iwan Suroso, SE, MM

Penelitian ini bertujuan menguji brand Untuk menguji *brand image*, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada CV. Citra Solusi Nusantara Jepara secara berganda. Sampel sebanyak 76 responden pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, sumber datanya berupa data primer yang merupakan hasil penyebaran angket dan data sekunder tentang gambaran mengenai obyek penelitian yaitu produk herbal, pengolahan datanya menggunakan komputer program *Statistic Product Service Sollution* (SPSS) yang merupakan program komputer untuk statistic uji Regresi Berganda, serta uji kuesioner dengan validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil pengujian dugaan penelitian menggunakan analisis regresi, uji hipotesis, dan uji berganda diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara secara parsial yang didasarkan *prob. Sig* sebesar 0,001 di bawah 0,05. Ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara secara parsial yang didasarkan *prob. Sig* sebesar 0,000 di bawah 0,05. Ada pengaruh yang signifikan variabel promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara secara parsial yang didasarkan pada *prob. Sig* sebesar 0,012 tingkat signifikan di bawah 0,05. Secara berganda ketiga variabel independen yaitu *brand image*, kualitas produk, dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara yang didasarkan pada *prob. Sig* sebesar 0,012 di bawah 0,05, sedangkan kontribusi kedua variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen memberikan kontribusi sebesar 91,3%.

Kata kunci : *Brand image*, kualitas produk , promosi penjualan, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND SALES PROMOTIONS AGAINST PURCHASING DECISIONS ON THE OF CV. CITRA SOLUSI NUSANTARA JEPARA

*By: Mohammad Efendi
NIM. 2012-11-103*

*Advisor : I : Drs. H. Chanafi Ibrahim, MM
II: Drs. Iwan Suroso, SE, MM*

This research aims to test the brand to test the brand image, product quality and sales promotions against a purchasing decision on CV. Citra Nusantara Jepara in multiple Solutions. Sample as many as 76 respondents of collecting data using questionnaires, the source of the data in the form of primary data that is the result of the spread of the now and the secondary data about the overview of the research object i.e. herbal products, processing the data using a computer program Product Service no Sollution Statistics (SPSS) which is a computer program for Multiple regression test statistics, as well as test the questionnaire with validity and reliability. Based on the results of testing the alleged research using regression analysis, test hypotheses, and multiple test conclusion there are significant variables influence brand image against the purchasing decisions of customers at the CV. Citra Solusi Nusantara Jepara partially based prob. Sig of 0.001 below 0.05. There is a significant influence of the variable quality of the product against customers purchasing decisions on CV. Citra Solusi Nusantara Jepara partially based prob. Sig of 0.000 below 0.05. There is a significant influence of the variable sales promotions against customer purchasing decisions on CV. Citra Solusi Nusantara Jepara partially based on the prob. Sig of 0.012 level significantly below 0.05. In multiple independent variables namely third brand image, product quality, and sales promotion effect significantly to purchasing decisions on CV. Citra Solusi Nusantara Jepara based on the prob. Sig of 0.012 under 0.05, whereas the contribution of the two variables against the purchasing decisions of consumers contribute of 91.3%.

Keywords: Brand image, product quality, sales promotions, and purchasing decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	4
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. <i>Brand Image</i>	6
2.1.1. Definisi <i>Brand Image</i> (<i>Citra Merek</i>)	6
2.1.2. Komponen <i>Brand Image</i>	8
2.1.3. Faktor-Faktor yang Membentuk <i>Brand Image</i>	12
2.1.4. Indikator <i>Brand Image</i>	15

	Halaman
2.2. Kualitas Produk	15
2.2.1. Pengert ian Kualitas Produk	15
2.2.2. Dimensi Kualitas Produk	17
2.2.3. Indikator Kualitas Produk	19
2.3. Promosi Penjualan	20
2.3.1. Promosi Penjualan	20
2.3.2. Indikator Promosi Penjualan	22
2.4. Keputusan Pembelian	23
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan	23
2.4.3. Proses Keputusan Pembelian	24
2.4.4. Indikator Keputusan Pembelian	26
2.5. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	27
2.6. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	28
2.7. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian.	28
2.8. Penelitian Terdahulu	29
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.10.Hipotesis	31
BAB. III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Rancangan Penelitian	33
3.2. Variabel Penelitian	33
3.2.1. Variabel Penelitian	33
3.2.2. Definisi Operasional.....	34

3.3. Jenis dan Sumber Data	36
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	37
3.4.1. Ukuran Populasi	37
3.4.2. Sampel	37
3.5. Metode Pengumpulan Data	38
3.5.1. Kuesioner (Angket)	38
3.5.2. Studi Kepustakaan	40
3.6. Pengolahan Data	40
3.6.1. Proses <i>Editing</i>	40
3.6.2. Proses <i>Coding</i>	40
3.6.3. Proses <i>Scoring</i>	40
3.6.4. Tabulasi	41
3.7. Uji Instrumen Data	41
3.7.1. Uji Instrumen Validitas	41
3.7.2. Uji Instrumen Reliabilitas	44
3.8. Analisis Data	45
3.8.1. Analisis Deskriptif	45
3.8.2. Analisis Data Kuantitatif	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Gambaran Umum CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara .	50
4.1.2. Visi dan Misi	51
4.1.3. Jam Kerja	51

4.1.4. Kontrol Manajemen	51
4.2. Penyajian Data	52
4.2.1. Identitas Responden	52
4.2.2. Hasil Tanggapan Responden	53
4.3. Analisis Data	61
4.3.1. Analisis Regresi Berganda	61
4.3.2. Hasil Pengujian Parsial (uji t)	63
4.3.3. Hasil Pengujian Berganda (Uji F)	65
4.3.4. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	66
4.4. Pembahasan	66
4.4.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	66
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	68
4.4.3. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Konsumen pada CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara periode Agustus-Desember Tahun 2016	3
3.1. Jumlah Konsumen CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara	37
3.2. Hasil Pengujian Validitas.....	43
3.3. Hasil Analisis Reliabilitas	44
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.3. Hasil Jawaban Responden tentang <i>Brand Image</i>	54
4.4. Hasil Jawaban Responden Kualitas Produk CV. Solusi Nusantara Jepara	55
4.5. Hasil Jawaban Responden tentang Promosi Penjualan CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara	57
4.6. Hasil Jawaban Responden tentang Keputusan Pembelian CV. Mitra Solusi Nusantara Jepara	59
4.7. Hasil Analisis Regresi Berganda	61
4.8. Hasil Uji F	65

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Teoritis	31
---	----

